

도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 사서의 제공 의도와 제공 행위 연구

- 확장된 기술수용모델의 적용 -

Librarians' Intention and Behaviors for Providing Podcasts and YouTube Services: An Application of Extended Technology Acceptance Model

안 은 지 (Eunji Ahn)*

오 상 희 (Sanghee Oh)**

목 차

1. 서 론	5. 분석 결과
2. 이론적 배경	6. 논 의
3. 연구 설계	7. 결 론
4. 연구 방법	

초 록

본 연구는 도서관에서 근무하는 사서의 팟캐스트와 유튜브 서비스의 개발과 제공에 대한 인식을 조사하기 위해 수행되었다. 확장된 기술수용모델을 적용하여 연구를 설계하였으며, 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스에 대한 사서의 개인적, 조직적, 사회적 인식과 이용자에 대한 이해의 정도가 서비스에 대한 유용성이나 용이성에 대한 인식을 매개로 서비스 제공 의도나 제공 행위에 어떻게 영향을 미치는지 알아보았다. 우선 국내 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하고 있는 39개의 도서관에서 제공하고 있는 서비스의 유형을 조사하였고, 총 181명의 사서를 대상으로 온라인 설문 방법을 이용하여 데이터를 수집하고 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 그 결과, 도서관에서는 주로 도서관 행사 안내/홍보, 도서관 체험 프로그램, 도서 추천, 저자(사서) 강연과 북 토크 등에 팟캐스트와 유튜브를 미디어의 특성에 따라 적절히 활용하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 사서들은 개인적 특성보다는 조직적 혹은 사회적 특성, 즉 도서관의 교육지원, 인력지원, 사서 인식, 직무 특성, 이용자 인식이나 요구에 대한 이해가 도서관 서비스 제공 의도에 영향을 미치는 요인으로 밝혀졌다. 또한 팟캐스트와 유튜브 서비스를 제공하고 있는 도서관의 사서들과 제공하고 있지 않은 사서들 간에 서비스들에 대한 인지된 유용성과 용이성에 차이가 있었다. 본 연구의 결과는 도서관에서 팟캐스트나 유튜브 서비스 콘텐츠 개발이나 제공에 있어 사서 지원의 다양한 관점을 이해하고 지원하는 기초자료로 활용되기를 기대한다.

ABSTRACT

This study investigated the perceptions of librarians about Podcast and YouTube services in libraries. The study was designed by applying the Extended Technology Acceptance Model. Librarian's personal, organizational, and social awareness of library Podcast or YouTube services and the degree of understanding of users and their needs on services were mediated by perceived usefulness or ease of services= and influenced to having intentions and providing the services. First, we investigated the types of Podcast and YouTube services provided by 39 libraries in Korea. Also, we collected data using an online survey method from 181 librarians and conducted hierarchical multiple regression analysis. Findings showed that libraries are using Podcast and YouTube appropriately considering features and functions of media, mainly for library event information/promotion, library programs, book recommendations, and author (librarian) lectures or interviews. Organizational or social awareness of librarians, i.e., library educational support, human resource supports, librarian recognition, job-related features, and understanding of user perceptions and needs, influenced the intention to provide library services. Also, there was a difference in perceived usefulness and ease of services between librarians who provided Podcast and YouTube services and those who did not. We expect that findings could be used as references to understand and support various aspects of librarians in charge of developing and providing Podcast or YouTube services in libraries.

키워드: 팟캐스트, 유튜브, 사서 인식, 확장된 기술수용모델, 위계적 다중회귀분석

Podcast, YouTube, Librarian's Awareness, TAM2, Hierarchical Multiple Regression Analysis

* 충남대학교 일반대학원 문헌정보학과 석사과정(eunoiajz@gmail.com / ISNI 0000 0005 0442 5070)
(제1저자)

** 충남대학교 문헌정보학과 부교수(sanghee.oh@cnu.ac.kr / ISNI 0000 0004 7877 1761) (교신저자)
논문접수일자: 2021년 10월 18일 최초심사일자: 2021년 11월 2일 게재확정일자: 2021년 11월 15일
한국문헌정보학회지, 55(4): 187-217, 2021. <http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2021.55.4.187>

© Copyright © 2021 Korean Society for Library and Information Science

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

1. 서론

2019년 12월 중국 우한에서 코로나19가 발생한 이후, 국내에서는 전국적으로 사람 간의 접촉을 통한 감염을 피하고자 사회적 거리 두기가 강화되었다. 외출 자제, 재택근무 등이 시행됨에 따라 사람들의 소비 패턴은 변화하고 산업 전반에 걸쳐 비대면/언택트(Untact) 서비스로의 전환이 이루어졌다(최홍섭, 2020). 이러한 사회적 변화는 공공도서관 운영과 서비스에도 영향을 미쳤다. 국립중앙도서관은 코로나19 이후 변화된 환경에서 추진해야 할 도서관 6대 과제로 ① 온라인/비대면 콘텐츠의 다양화, ② '집에서 이용하는 도서관 서비스' 강화, ③ 디지털 문화 격차 해소를 위한 프로그램 강화, ④ 비대면 도서관 이용 환경 조성, ⑤ 온라인/비대면 기술 인프라 강화, ⑥ 도서관 안전망 구축 매뉴얼 마련을 선정했고(서혜란, 2020) 도서관은 무인 스마트 도서관, 비대면 도서 대출(북 드라이브스루, 우편 대출) 등의 서비스를 확대하고 있다(윤희운, 2020).

도서관 비대면/언택트 서비스는 다양한 정보 커뮤니케이션 기술들을 바탕으로 제공될 수 있다. 그중 소셜 미디어는 미디어의 종류와 특성에 따라 정보들을 분산, 게시하고, 이용자들의 취향을 고려하여 다양한 유형의 서비스를 제공하는데 활용된다. 도서관 소셜 미디어는 멀티미디어 콘텐츠 공유, 커뮤니티 기반의 상호작용, 정보 공유 및 의견 교환 등을 통해 도서관과 이용자 또는 이용자 간의 자유로운 커뮤니케이션을 가능하게 한다(김희정, 2014). 도서관은 SNS 서비스를 통해 도서관 소식이나 서비스 현황을 이용자에게 전달하기도 하고, 이용자로부터

피드백을 받아 서비스를 확장, 개선한다(변희균, 조현양, 2014). 도서관 블로그는 이용자들에게 도서관 공지사항 제공, 주제별 자료 모음, 도서관 이용 교육, 레퍼런스, 독서 클럽, 독서 지도, 도서관 홍보, 도서관 커뮤니티 안내 등을 제공하는데 활용된다(김희출, 2012).

최근 이용이 증가한 멀티미디어 기반 소셜 미디어인 팟캐스트와 유튜브는 다양한 도서관 비대면/언택트 서비스에 적용이 가능하다. 도서관 팟캐스트는 도서관 이용 안내, 행사 안내, 특강, 스토리텔링 등의 프로그램을 제공하고(정종기, 2010; 정옥경, 이미선, 2017), 이용자들은 자료 검색 방법, 도서 대출 방법, 회원증 발급 방법 등의 교육을 비대면으로 받을 수 있다. 도서관 팟캐스트는 이용자들에게 흥미를 유발하는 콘텐츠를 제공함으로써 이용자들이 다양한 학습 활동에 참여할 수 있게 하고 개인적 학습 욕구를 불러일으키기도 한다(Bugeja, 2005).

유튜브는 정보검색 자원으로써 비디오의 효용가치가 큰 소셜 미디어이다. 유튜브는 이용자들이 짧은 영상들을 이동하면서도 쉽게 볼 수 있다는 장점이 있어, 멀티미디어 정보에 익숙한 청소년들에게 효율적인 검색 도구로 널리 활용되고 있다(송정은, 장원호, 2013; 임현우, 배태웅, 2018). 유튜브는 자유로운 형태의 콘텐츠를 분량 제한 없이 다양하게 제작 및 제공할 수 있게 하고(박정미, 임지은, 황장선, 2018), 도서관은 유튜브 콘텐츠를 제작하여 도서관과 이용자, 이용자들 간의 의견 공유 및 교환, 적극적인 소통을 가능하게 한다(김희정, 2014; 노지윤, 노영희, 2020; Shoham, Arora, & Al-Busaidi, 2013).

도서관에서 팟캐스트와 유튜브 서비스 개발의 주도적인 역할을 하는 것은 사서들이다. 코

로나19로 인한 비대면 상황에서 도서관 서비스와 이용자 사이의 게이트키퍼(Gate Keeper)로서, 서비스 개발의 주체로서 사서의 역할은 중요하다(박태연, 오효정, 2020). 따라서 본 연구는 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스에 관한 사서들의 기술 수용을 조사하였다. 본 연구의 목적은 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스를 제공하고 있는 도서관들의 현황을 조사하고, 서비스 제공의 주체가 되는 사서들의 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 인식을 조사 및 분석하는 것이다. 본 연구의 연구 문제는 다음과 같다.

- 연구 문제 1: 국내 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스를 제공하는 도서관은 어떤 기관들이 있으며, 제공하고 있는 서비스의 현황은 어떠한가?
- 연구 문제 2: 사서들의 개인적, 조직적, 사회적 특성과 그들의 이용자에 대한 이해는 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스의 유용성과 용이성을 인지하는 데 어떠한 영향을 미치는가?
- 연구 문제 3: 사서들이 인식하는 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스에 대한 유용성과 용이성은 그들이 서비스 제공 의도에 어떠한 영향을 미치는가?
- 연구 문제 4: 현재 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하는 기관의 사서들과 제공하지 않는 기관의 사서들 간에 서비스의 유용성과 용이성에 대한 인식에 차이가 있는가?

본 연구는 첫째, 국내 팟캐스트와 유튜브 서

비스를 제공하는 도서관들의 도서관 서비스 현황을 파악하고, 서비스의 내용을 확인하였다. 둘째, 팟캐스트와 유튜브를 도서관에 도입된 새로운 정보기술이라고 가정하고 확장된 기술 수용모델(Extended Technology Acceptance Model, TAM2, Venkatesh & Davis, 2000)을 적용하여 사서들의 인식을 조사하였다. 사서들의 개인적, 조직적, 사회적 특성과 이용자에 대한 이해 등의 요인들이 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 유용성과 용이성을 인식하는데 어떻게 영향을 미치는지, 이러한 요인들이 서비스 제공 의도와 제공 행위에 영향을 미치는지 연구하였다. 셋째, 현재 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하고 있는 기관의 사서들과 제공하고 있지 않은 기관 사서들의 서비스에 대한 인식을 비교하고, 그들의 인식 차이가 팟캐스트나 유튜브 서비스 제공에 어떻게 영향을 줄 수 있는지를 논의하였다. 본 연구의 결과는 앞으로 도서관에서 팟캐스트나 유튜브 서비스 개발을 위한 참고자료로 활용될 수 있을 것이며, 사서들의 인식을 기반으로 하는 서비스 개발 지원 등에 활용될 수 있을 것으로 기대한다.

2. 이론적 배경

2.1 팟캐스트와 도서관 서비스

팟캐스트는 MP3 디지털 포맷으로 인터넷을 통해 다양한 콘텐츠를 방송 형식으로 구성, 제공하는 프로그램을 의미한다. 팟캐스트는 2004년 2월 영국의 칼럼니스트 Hammersley가 일간지 'The Guardian'에 기고한 칼럼 'Audio Revolution'

에서 라디오 방송의 대안으로 애플의 미디어 플레이어인 아이팟의 'Pod'과 방송의 'Cast'의 용어를 조합하여 처음 사용되었다(Doyle, 2005). 팟캐스트는 누구든지 제작 가능하며 전통적인 방송심의규정에 제약받지 않기 때문에 개발자들은 다양한 콘텐츠를 자유롭게 제공할 수 있다(정종기, 2010; 조형주, 2013). 팟캐스트는 아이튠즈, 팟빵, 네이버 오디오클럽과 같은 서비스를 통해 검색, 이용이 가능하다. 서비스들은 방송/채널들의 주제를 분류하고, 각종 순위 정보, 청취 후기, 추천방송 등을 제공하고, 팟캐스트 앱은 QR코드나 SNS로 링크 업로드 등을 지원한다.

팟캐스트는 세계 여러 나라의 공공도서관과 대학도서관에서 활용되고 있다. 미시시피 주립 대학도서관에는 이용자들이 팟캐스트 기술에 대한 기본 지식을 습득하도록 교육하고, 팟캐스트를 통해 도서관 정보를 제공했다(Barnes, 2007). 이용자들이 긴 문서를 읽는 대신에 정보를 듣고, 도서관 자원의 사용 안내를 받고 연구 조언을 얻을 수 있도록 하여 사서와 이용자의 상호작용을 강화했다(Chua & Goh, 2010). 도서관의 팟캐스트는 이용자들을 특정 프로그램으로 안내하는 도서관 서비스 홍보 도구가 되기도 하며(Lee, 2006), 도서관은 팟캐스트를 사용하여 이용자에게 이벤트 및 지침을 공유하기도 했다(King & Brown, 2009; Lee, 2006).

국내 공공도서관들은 팟캐스트를 이용해 도서관 신간 안내, 서평, 저자와의 북 토크 등의 프로그램을 제공하고, 다양한 이용자층을 만족시킬 수 있는 도서관 홍보 및 교육에 대한 어려움을 보완을 위해 팟캐스트를 활용하고, 서비스 영역을 확장하고 있다(정종기, 2010; 정옥

경, 이미선, 2017). 이미선(2018)은 도서관 팟캐스트 서비스를 제공하고 있는 울목도서관의 이용자를 대상으로 연구를 진행했는데, 서비스에 대한 이용자의 인식 여부, 접속경로, 이용목적, 이용 기간, 시간 및 콘텐츠의 특성인 최신성, 신속성, 객관성, 정확성, 다양성, 상호작용성이 이용자 만족도와 충성도에 유의한 영향을 미치는 것으로 조사되었다.

2.2 유튜브와 도서관 서비스

유튜브(YouTube)는 이용자 중심의 동영상 콘텐츠 생산 최대 규모의 온라인 플랫폼이다(송정은, 장원호, 2013; 오대영, 2017). 유튜브는 이용자를 가리키는 "유(You)"와 텔레비전의 별칭인 "튜브(tube)"의 합성어이다(Hurley, Chen, & Karim, 2005). 이용자는 유튜브에서 동영상 보기, 평가, 구독, 댓글 달기 이외에도 타인에게 동영상을 전송, 정보와 감정 공유 등의 다양한 소셜 활동을 할 수 있다(Kim et al., 2014; 오대영, 2017). 유튜브는 엔터테인먼트나 일상생활, 교육 등 다양한 주제의 동영상을 제공한다(Abboudi et al., 2016; Waldron, 2013).

유튜브의 가치는 이용자의 다양한 정보 욕구를 동영상 시청을 통해 충족시켜주는 데에 있다(Constantinides, 2014; Shoham, Arora, & Al-Busaidi, 2013). 유튜브 인기 상위권 채널들은 매주 수백만 건 이상의 조회 수와 수십만 명 또는 수백만 명 이상의 구독자를 확보하고 있다. 실시간 커뮤니케이션이 이루어지는 공간이 되는 유튜브는 전 세계의 이용자들이 창작물을 공유하고, 소통할 수 있는 대규모 커뮤니케이션 플랫폼이다(박정이, 임지은, 황장선, 2018).

팟캐스트와 마찬가지로 유튜브도 대학도서관과 공공도서관에서 다양하게 활용된다. 다트머스 대학도서관은 장서와 사서 전문 서비스를 안내하고, 상호작용, 지적 탐구, 사회화 공간으로서 도서관의 역할에 대한 동영상 제작하여 배포했다(Luo, Wang, & Han, 2013). Webb(2007)은 도서관 서비스를 영상으로 제작하고 이를 유튜브에 업로드해서 이용자들에게 적극적으로 배포할 것을 권고했고, Little(2011)은 학술도서관 운영에 있어 영상 공유와 이용자 참여의 확대에 대해 강조했다. Colburn와 Haines(2012)는 도서관 홍보의 상당 부분은 도서관 전문가가 구성하지만, 이용자들 스스로 동영상 콘텐츠를 자주 공유할 수 있는 전략적인 프로그램을 구성하는 것이 필요하다고 제안했다.

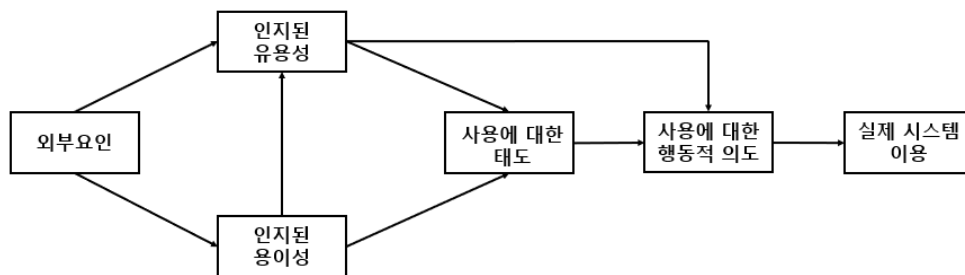
국내에서 도서관 유튜브 서비스에 관한 연구로는 노지윤과 노영희(2020)가 공공도서관에서 운영되고 있는 유튜브 채널의 운영과 제공 콘텐츠 현황을 조사하였다. 이 연구에서는 도서관 유튜브 채널의 개선방안으로 ① 특수성, 목적성 확보, ② 홍보 및 접근성 제고, ③ 공공도서관에서 운영하는 채널 명시, ④ 이용자 친화적인 인터페이스 개선, ⑤ 전문성과 교육적 콘텐츠 기획 및 제공, ⑥ 통합 채널의 운영, ⑦ 이용자 기

반 콘텐츠 제공 등을 제안했다.

2.3 기술수용모델(Technology Acceptance Model, TAM)

기술수용모델(Technology Acceptance Model, TAM)은 새로운 정보기술이나 시스템을 사용하는 이용자의 수용과정 및 이용행동을 체계적으로 설명하고 예측하기 위한 모델이다(Davis 1989). TAM은 Ajzen과 Fishbein(1980)의 합리적 행위이론(TRA: Theory of Reasoned Action)을 기반으로 Davis(1989)에 의해 정립되었다. 합리적 행위 이론이란 사람들이 어떤 행위를 하고자 그들이 본래 가지고 있는 태도나 행위에 대한 의도 혹은 사회적으로 용인된 규범들을 고려하여 실행한다는 이론이다. <그림 1>에서 보여주는 TAM의 주요 구성요소에 대한 설명은 다음과 같다.

- 인지된 유용성(Perceived Usefulness)은 이용자가 새로운 정보기술이나 시스템을 이용하여 업무를 처리할 때 그 시스템이 얼마나 유용한지를 인지하는 정도이다. 새로운 기술을 업무에 적용했을 때 업무 성과가 개선될 것이라고 믿는 정도를 의미한다.



<그림 1> 기술수용 모델(TAM)

(이정섭, 장시영, 2003 재인용)

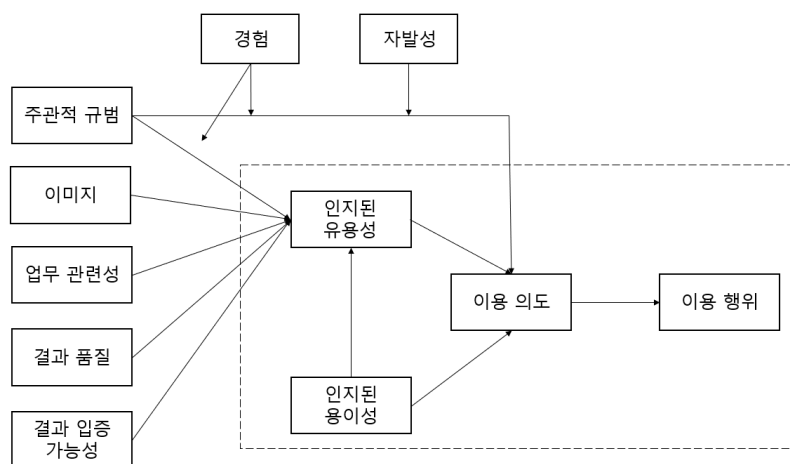
- 인지된 용이성(Perceived Ease of Use)은 새로운 정보기술이나 시스템의 사용이 어느 정도 쉬운지, 이해하기 쉬운지, 사용할 때 많은 노력을 필요로 하지 않고 어려움 없이 이용할 수 있는 정도이다.
- 사용에 대한 태도(Attitude Toward Using)는 새로운 시스템이나 기술을 사용할 때 이용자가 이를 받아들이는 긍정적이고 부정적인 태도로 이용자의 신뢰도, 만족도뿐만 아니라 기대 정도, 실망 상태 등의 감정을 의미한다.
- 사용에 대한 행동적 의도(Behavioral Intention to USE)는 이용자가 새로운 정보기술이나 시스템을 사용하고자 하는 행동에 대한 의도를 의미한다.

TAM은 정보기술을 대하는 이용자의 태도가 기술을 사용하려는 행위 의도를 결정하고, 이러한 행위 의도에 의해 실제 정보기술 사용 행동이 결정된다고 가정하는데, 주로 컴퓨터 기술과 서

비스, 소프트웨어 등을 사용하는데 있어 이용자들이 어떠한 합리적인 행위를 하는지에 대해 설명하는데 적용되었다(Adams et al., 1992). 그러나 TAM은 다양한 정보환경을 완전하게 반영하지 못하고 외부요인을 구체적으로 설명하고 있지 못하다는 점에서 한계가 있었다(Venkatesh, Davis, & Morris, 2007). 이를 극복하기 위해 추후 연구들은 다양한 외부 요인들을 제시, 검증하였고(Davis et al., 1992; Egea & González, 2011), 확장된 기술수용모델(TAM2)로 재정비하였다.

2.4 확장된 기술수용모델(Extended Technology Acceptance Model, TAM2)

확장된 기술수용모델(TAM2)은 기존에 있던 기술수용모델(TAM)의 한계를 보완하기 위해 외부 요인을 다양화한 모델이다(Venkatesh & Davis, 2000)(〈그림 2〉참고). TAM2는 TAM의 주요 요소(인지된 유용성, 인지된 용이성,



〈그림 2〉 확장된 기술수용모델(TAM2)

(이정섭, 장시영, 2003 재인용)

이용 의도, 이용행위)에 영향을 미칠 수 있는 다양한 외부 요인들을 선정하여 영향에 미치는 여부, 정도 등을 측정한다. TAM2에 추가된 외부 요인들의 개념을 살펴보면 다음과 같다.

- 주관적 규범(Subject Norm)은 이용자가 속한 조직의 규범에 대한 개인의 믿음, 조직의 의견을 따르고자 하는 개인의 동기를 의미하며 확장된 기술수용모델에서는 정보기술이나 정보시스템 수용에 대해 개인이 인지한 조직적·사회적 영향 등을 의미한다.
- 이미지(Image)는 이용자가 새로운 기술을 수용함으로써 사회시스템·체계 내에서 이용자의 이미지나 평판을 높이는 것을 의미한다.
- 업무 관련성(Job Relevance)은 정보기술이나 정보시스템을 이용자가 자신의 업무에 적용할 수 있을 것이라고 믿는 정도를 의미한다.
- 결과 품질(Output Quality)은 자신의 업무를 성공적으로 잘 수행할 수 있을 것이라고 믿는 정도를 의미한다.
- 결과 입증 가능성(Result Demonstrability)은 이용자가 정보기술이나 정보시스템을 이용한 결과가 분명하게 관찰가능하다고 믿는 정도를 의미한다.
- 경험(Experience)은 이용자가 새로운 정보기술이나 시스템을 이용한 과거와 현재의 경험을 의미한다.
- 자발성(Voluntariness)은 이용자가 새로운 정보기술이나 시스템을 능동적으로 사용하는 이용자의 의지를 의미한다.

〈그림 2〉에서 보여주고 있는 확장된 외부 요인들은 연구 모델에 따라 다양하게 적용될 수 있다. 예를 들어, 김성진(2014)은 대학도서관에서 제공하는 모바일 서비스 이용 의도에 영향을 미치는 요인을 파악하기 위해 기술수용모델의 인지된 유용성과 인지된 용이성에 인지된 놀이성을 추가했고, 외부 요인으로는 유비쿼터스 속성 및 상황 인식성과 자기효능감을 적용하여 조사했다. Harun과 Endin(2014)은 도서관 전자책에 대한 이용자들의 반응과 태도 변화를 알아보기 위해 인터페이스 디자인, 상호운용성, 전자책 기능을 외부 요인으로 정의하고, 이용자들의 전자책에 대한 인지된 유용성과 용이성에 영향, 이용 태도를 측정하여 상관관계가 있음을 밝혀냈다. 조수연(2018)은 도서관 SNS 서비스가 도서관 홍보에 미치는 영향에 관해 외부 요인으로 이용자들의 신뢰도, 기술적, 시스템적 특성을 설정하였고, 소셜 네트워크 서비스 만족도가 도서관 지속 이용 의도로 발전하는지를 조사하였다.

기존의 TAM2 연구가 도서관 이용자를 대상으로 이론을 적용했던 반면, 본 연구에서는 정보 기술을 제공하는 사서를 대상으로 도서관 서비스를 제공을 위한 기술수용에 대해 조사하였는데, 사서의 정보기술 수용 연구로 신정아(1998)는 대학도서관 정보기술 특성, 개인 특성, 조직 특성을 외부 요인으로 구분하고, 지각된 유용성과 편리성과 함께 정보기술 이용 시간, 이용 빈도, 이용 개수, 미래의 이용 가능성에 미치는 영향을 조사였다. 최향옥(2020)은 코로나19 상황에서 학교도서관 사서를 대상으로 비대면 서비스를 위한 전자책 채택의 주요 요인을 조사하였는데, 사서교사의 전자책 이용

경험 여부를 중심으로 전자책 이용 동기, 전자책 이용 경험, 자기효능감, 경제적 요인, 접근성 등의 외부 요인이 인지된 유용성에 가장 큰 영향을 미치는 것을 발견했다.

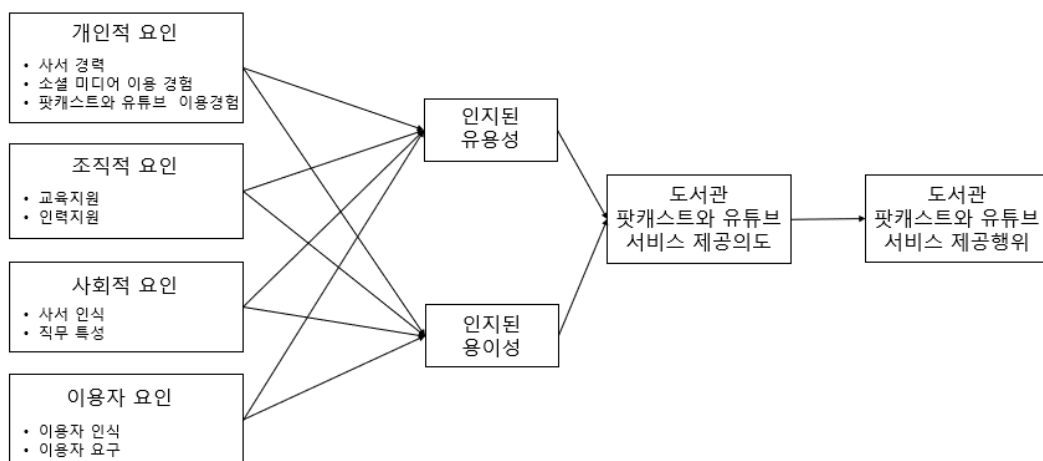
3. 연구 설계

본 연구는 공공도서관 사서들의 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공에 영향을 미칠 수 있는 외부 요인들을 조사하고, 사서들이 서비스의 인지된 유용성, 인지된 용이성과 제공 의도에 영향을 미치는지 연구하는 것이다. 본 연구에서는 사서의 서비스 제공 업무에 영향을 미칠 수 있는 외부 요인을 개인적 요인, 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인으로 구분하였다.

본 연구의 외부 요인 선정에는 TAM2의 선행 연구들과 특히 신정아(1998)와 Igarria(1993)의 연구를 참고하였다. 본 연구에서는 소셜 미디어

어리는 정보 기술을 사용한다고 가정하고 연구를 진행하기 때문에 신정아(1998)의 연구 요소 중에서 정보기술 특성을 제외한 사서들의 개인적 특성, 조직적 특성을 본 연구에 적용하였다. 여기에 사서 집단의 사회적 특성을 추가하고, 이용자 요인을 추가하여 사서들이 이해하고 있는 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 이용자 요구나 인식의 영향을 조사하였다. Igarria(1993)는 기관 업무 수행을 위한 컴퓨터 사용을 목적으로 기관의 기술 교육 지원, 기관 운영 교육 지원 등의 조직 특성을 외부 요인으로 강조하였다. 본 연구에서는 도서관을 기관으로 간주하고, 도서관에서 사서들에게 제공할 수 있는 여러 가지 지원현황이 팟캐스트나 유튜브 수용에 영향을 미칠 수 있다고 가정하였고, 관련 요소들을 모델에 적용하여 연구를 수행하였다.

본 연구의 도서관 사서들의 팟캐스트와 유튜브 서비스 기술수용의 이론적 모델인 <그림 3>에 제시된 요인들의 정의는 다음과 같다.



<그림 3> 연구 모델

- 개인적 요인은 도서관의 팟캐스트와 유튜브 서비스라는 정보기술 수용에 미치는 영향을 측정하기 위한 것으로 사서 경력, 소셜 미디어 이용경험 및 팟캐스트, 유튜브 이용 경험으로 구분한다.
- 조직적 요인은 사서가 속한 도서관 기관에 대한 것으로 조직의 도서관의 팟캐스트와 유튜브 서비스라는 정보기술 사용에 대한 미치는 영향을 측정하기 위한 것으로 도서관의 교육지원, 인력지원으로 구분한다.
- 사회적 요인은 도서관 사서들의 조직보다 더 큰 범위의 사서 커뮤니티의 인식을 의미한다. 도서관의 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 일반적인 사서들의 인식, 사서들의 직무 특성으로 구분한다.
- 이용자 요인은 사서들이 도서관의 팟캐스트와 유튜브 서비스를 받을 이용자들에 대해 어떻게 인식하고 있는가를 측정한다. 이는 이용자들의 실질적인 상황이 아니라 사서들의 관점에서 이용자들이 팟캐스트나 유튜브에 대해 어떻게 인식하는지, 이해하고 있는지 조사한다.
- 인지된 유용성은 사서가 도서관의 팟캐스트와 유튜브를 이용하여 서비스를 제공하는 것이 효율적이고 활용 가치가 있다고 인지하는 것을 의미한다.
- 인지된 용이성은 사서가 도서관의 팟캐스트와 유튜브를 이용하여 서비스를 제공하기가 쉽고 편리하다고 인지하는 것을 의미한다.
- 제공 의도는 사서가 팟캐스트와 유튜브를 이용하여 도서관 서비스를 제공할 의도가 있는 것을 의미한다.

- 제공 행위는 사서가 팟캐스트와 유튜브를 이용하여 도서관 서비스를 제공하는 것을 의미한다.

4. 연구 방법

본 연구는 다음과 같은 연구 절차를 따른다. 첫째, 국내 팟캐스트와 유튜브 서비스를 제공하는 도서관 현황을 파악하기 위해 팟빵과 유튜브에 “도서관”을 키워드로 검색하여 39개 도서관을 추려내고, 서비스 게시 연도와 서비스 주제 등을 조사하였다. 둘째, 앞서 조사한 총 39개 기관의 사서들에게 연락하여 설문 참여를 부탁했다. 셋째, 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하지 않는 기관 사서들의 인식도 함께 조사하기 위해 네이버 사서e마을 카페, 리스토피아 등에 협조를 요청하고 온라인 설문을 게시하여 2021년 6월 30일부터 8월 2일까지 약 한 달간 답변을 수집하였다.

본 연구의 설문 내용은 <표 1>과 같이 선행 연구를 참고하여 구성하고, 요인별 문항의 응답은 5점 척도로 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점에서 ‘매우 그렇다’ 5점으로 구성하였다([부록 1] 참고).

연구 설계에서 구성한 사서들의 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스 인식에 영향을 미치는 외부 요인들과 인지된 유용성, 인지된 용이성, 제공 의도와 의 매개효과를 검증하기 위해, Baron과 Kenny(1986)의 위계적 다중회귀분석을 실시하였다. 위계적 다중회귀분석은 변인 간의 매개효과를 검증하는 데 주로 사용되며, 독립변수의 영향력 변화를 확인함으로써 각 효과를

〈표 1〉 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 사서 인식 조사 설문 항목과 관련 연구

요인	항목	측정 항목	관련 연구
조직적 요인	교육 지원	도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스 교육 지원의 업무 효과	Igarria(1993), 신정아(1998)
	인력 지원	도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스 교육, 훈련, 예산, 콘텐츠 제작, 사서 인력 지원	
사회적 요인	사서 인식	도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스에 대한 사서들의 인식	신정아(1998), 김지은, 노영희(2013), 박희진, 김진묵, 차성중(2021)
	직무 특성	도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스 제공을 위한 기술, 재능, 콘텐츠, 교육의 필요성	
이용자 요인	이용자 인식	도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스 필요성, 홍보 등	이은희, 이지연(2011)
	이용자 요구	도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스 요구, 도서 추천 프로그램, 행사 정보 등	
인지된 유용성		도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스의 유용성, 정보 전달, 제공 등	Davis et al.(1989), Parthasarathy & Bhattacharjee(1998), 오은혜(2012), 조수연(2018)
인지된 용이성		도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스의 용이성, 정보 접근성, 쉽게 정보 전달 등	Davis et al.(1989), Boyd & Ellison(2007), 이혜원(2010), 오은혜(2012), 조수연(2018)
제공 의도		도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스에 대한 제공 의도	Davis et al.(1989), Parthasarathy & Bhattacharjee(1998), 오은혜(2012)

증명한다. 변인 간에 매개효과를 위한 조건으로는 1단계에서 독립변수는 매개변수에 유의미한 영향을 주고(독립→매개), 2단계에서 독립변수는 종속변수에 유의미한 영향을 주고(독립→종속), 3단계에서 독립변수와 매개변수는 동시에 종속변수에 유의미한 영향을 주어야 한다(독립, 매개→종속). 이때 표준화 계수 베타 값이 3단계보다 2단계에서 더 커야 하며, 설명력을 나타내는 R²은 순차적으로 증가해야 한다. 3단계에서 매개변수는 유의하고 독립변수가 유의하지 않으면 완전 매개효과(Full Mediating Effect), 독립변수와 매개변수 둘 다 유의하며, 표준화 계수 베타 값을 봤을 때, 3단계의 독립변수 베타 값이 2단계의 독립변수 베타 값보다 작으면 부분 매개효과(Partial Mediating Effect)가 있다고 평가한다. 본 연구에서의 독립변수는 개인적 요인, 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인이며, 매개변수는 인지된 유용성, 인

지된 용이성이고, 종속변수는 사서의 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공 의도이다.

5. 분석 결과

5.1 도서관과 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공 현황

5.1.1 도서관 팟캐스트 서비스

본 연구에서 찾아낸 도서관 혹은 사서가 운영하는 팟캐스트 서비스는 총 6개이다. 〈표 2〉는 팟캐스트 서비스를 제공하는 도서관과 팟캐스트 방송 이름을 보여주고 있으며 본 연구에서는 각각 방송의 채널을 4개의 서비스 종류, ① 도서관 소식, 행사 ② 영화와 도서, ③ 도서 추천, ④ 저자(사서)와 북 토크로 나누었다. 6개의 기관 모두 도서 추천 채널을 제공하고 있었고, '서울

〈표 2〉 도서관 팟캐스트 서비스 제공현황 비교

도서관명	서비스	게시 시작 년도	도서관 소식·행사	영화와 도서	도서 추천	저자(사서)와 북 토크
성남시중원도서관 (책 읽어주는 사서)		2012			• 사서들의 추천도서 서평	
서울구립은평뉴타운도서관 (대(출판)책 있는 사서들)		2018		• 책이씨네	• 사서의 영업: 미대출된 도서 소개 • 오늘의 데이터, 누네띠네도서: 도서관 신간도서 안내, 인디고: 독립출판물 소개 • 다시만난세계: 차별에 대한 콘텐츠 소개	
도봉문화정보도서관 (북팟)		2018	• 도봉구 책축제 방송	• 앵글앤뷰	• 제가 한번 읽어 보겠습니다: 베스트셀러 소개 • 북테라피: 일상에서 나타나는 심리정서 문제를 책으로 힐링하는 시간	• 북팟살롱
화성시립도서관 (북새통)		2020			• 사서와 화성시민과 소통하며 책 추천	• 작가 라이브톡
마포구립서강도서관 (서광도서관피셜)		2020			• 도서 추천과 사서들의 이야기	
광주시립중앙도서관 (〈책 읽어주는 사서〉 책머들다)		2021			• 사서들의 추천도서 서평	

구립은평뉴타운도서관과 '도봉문화정보도서관'에서 가장 다양한 채널의 방송을 제공하고 있는 것으로 나타났다. 도서관 팟캐스트 서비스 중 도서 추천은 간략하게 5분 내외의 소개, 신간 도서부터 특정 주제로 선정한 도서까지 다양한 주제를 다루며 제공하고 있고, 영화와 원작 도서를 비교한 서비스를 제공하고 있었다. '서울구립은평뉴타운도서관'과 '도봉문화정보도서관'은 한 달에 가장 많은 에피소드를 업로드하고 있었다. '마포구립서강도서관'은 한 달에 한 개, '성남시중원도서관'과 '화성시립도서관'은 한 달에 두 개의 에피소드를 업로드하고 있었고, '광주시립중앙도서관'은 매달 마지막 수요일 날에 에피소드를 업로드하고 있었다.

5.1.2 도서관 유튜브 서비스

본 연구에서 찾아낸 도서관 운영 유튜브 서비스는 총 33개이다. 〈표 3〉은 도서관별 유튜브

게시 연도에 따라 본 연구에서 자료수집 당시 제공하고 있는 주요 프로그램을 비교한 것이다. 도서관 유튜브 프로그램을 총 6개의 종류로 분류하였는데, ① 도서관 이용 안내와 홍보(23개 기관), ② 도서관 체험, 문화프로그램(21개 기관) ③ 도서관 행사 안내(23개 기관) ④ 도서 추천(19개 기관) ⑤ 저자(사서)와 북 토크(7개 기관), ⑥ 저자와 유명 인사 강연(18개 기관) 등이 있었다.

도서관별 유튜브 프로그램의 수는 도서관 일정에 따라 달라질 수 있지만, 유튜브 프로그램 종류에 따라 분류해 보면, 33개 도서관 중 20여 개의 도서관들이 도서관 이용 안내와 홍보, 도서관 행사 안내, 도서관 체험, 문화 체험 프로그램 영상을 제공하고 있는 것으로 나타났고, 저자나 사서와의 북 토크, 강연을 통해 이용자와 적극적인 소통을 시도하고 있었다. 도서관 유튜브 서비스 중 도서관 이용방법은 도

〈표 3〉 도서관 유튜브 서비스 제공현황 비교

도서관명	서비스 시작년도	도서관이용안내/홍보	도서관 채널명과 프로그램	도서관 행사	도서 추천	저자(사서)와 북 토크	저자, 유명인사 강연
은행구립도서관	2011	• 도서관 길안내	• 과학창의실험영상, 평생학습프로그램 • 어린이환경교육프로그램 • 어린이다문화자료실	• 홍보영상	• 인문독서 아카데미		
부평구립도서관	2013	• 도서관 사용설명서	• 책 읽어주는 도서관, 사람책 도서관, 인문학 프로그램 • 메이커스페이스 코딩프로그램	• 부평에서 음악을 만나다. 비대면 공연: 음악이 있는 도서관	• 온라인 북 큐레이션, 도서관이 책 대신 불러드립니다	• 책 읽는 부평: 작가와 만남	• 책 읽는 부평 명사특강
경기도서관	2013	• 열려라도서관 • 책나눔 책드림 꿈드림 신청방법 안내	• 내 생애 첫 책 놀이 0단계-3단계 • 도서관여행: 도서관 교육 콘텐츠				
구림은평뉴타운도서관	2015	• 온라인참고서비스	• 인문독서아카데미 • 뉴타운도서관독서교실	• 도서관화추제 • 뉴타운도서관행사	• 빈틈없이 서기일주 • 월별사서추천도서	• 작가인터뷰	• 작가강연
국립중앙도서관	2015		• 도서관 인문학 프로그램	• 도서관과 전시	• 특별사서추천도서 • 오디오북*한글단편 문학30		• 오늘 만나고 싶은 사람
국민대학교 성곡도서관	2015	• 도서관 소개영상		• 학술전자정보박람회 • 성곡브리핑콘서트	• 도서관 신장 고전 • 도서소개		• 저자·인문학 특강
방송통신대 중앙도서관	2018	• 도서관 정보활용교육 • 도서관정보가이드			• 사서들의 응원이-추천도서		
국립세종도서관	2019	• 정채과 도서관: 월별 소식지 홍보영상		• 테마 행사, 전시 • 워크숍			• 해설이 있는 인문학
부천시립도서관	2019	• 도서관 일상: 도서관 브이로그, 도서관 사용법	• 동화로 색종이 접기	• 공연·행사	• 책 풀리주는 상담소 • 어린이책,봄		
느티나무도서관	2019	• 도서관 소개 브이로그				• 작가 북 토크	
서울특별시교육청 서대문도서관	2019	• 책이음 이용안내		• 도서관 행사안내	• 월별 사서 추천도서		
서초구립양재도서관	2019			• 기획전시, 작가전시 • 컬처 토크마티니 북&뮤직 공연	• 북 큐레이션 • 아무진 북서		• 길 위의 인문학
안산중앙도서관	2019		• 지식남남 북서맛집	• 안산의 책 북 콘서트 • 2021 안산의 책: 한 도시 한 책 읽기		• 안산의 책: 작가 인터뷰	• 대개ON책방
패주시 중앙도서관	2019	• 도서관 사용법	• 온라인 프로그램 • 책먹는 아이: 컬러링북 만들기	• 파주도서관 온라인 축제 • 파주 기록물 공모전 전시			• 팟말이TV: 문화답론 온라인 토크
수성구립용화도서관	2019	• 도서관 이야기, 소개 • 서포터즈 홍보영상					• 작가초청강연회, 지역 작가 북 토크 콘서트 • 테마시예술회, 시인과의 만남
화성시립도서관	2020		• 송산도서관 이도훈 강주작가 프로그램 • 슬기로운이생활	• 도서관행사	• 팟캐스트 북세움		

도서관명	서비스 시작 년도	도서관이유안내/홍보	도서관 채널, 문화 프로그램	도서관 행사	도서 추천	저자(사서)와 북 토크	저자, 유명인사 강연
구리시립도서관	2020	• 도서관 브이로그	• 독서 동아리 한마당 • 시민참여 랜선 독서토론	• 독서의 달 행사	• 북 큐레이션		
아산시립도서관	2020	• 전자도서, 오디오북 이용방법 안내 • 독서프로그램 홍보	• 온라인 책 놀이 프로그램 • 2021 제능기부 프로그램 • 온라인강좌				• 작가강연
여주시립도서관	2020		• 팟캐스트 만들기		• 북 큐레이션		• 작가 초청 특강
영종도서관	2020	• 이용방법 • 도서관의 일상	• 슬기로운 집콕생활	• 도서관 행사	• 북 큐레이션		
가평군도서관	2020	• 예약대출서비스 이용방법안내	• 문화프로그램	• 북아트 전시회, 온라인 독서마라톤 • 손글씨 필사, 전시회	• 북 큐레이션	• 지역 작가 북 토크	
경상남도교육청 김해도서관	2020		• 슬기로운 집콕생활을 위한 강좌 • 토요체험놀이터, 랜선여름방학특별강좌	• 6월 독서진흥행사			
강남구립도서관	2020		• 동화구연대회, 세계 우수작가작품읽기 • 어썬다! 마주친 클래식 • 길 위의 인문학 읽기, 논어읽기				• 길 위의 인문학
서대문구립도서관	2020	• 도서회원증, 전자책 이용 방법		• 서대문 책으로 축제	• 사서추천도서	• 작가 인터뷰	• 길 위의 인문학
서울 중구 구립도서관	2020	• 도서관 일상		• 중구 한 책 읽기&북페스티벌			• 인문학 특강 • 사관책도서관
마포구립서강도서관	2020		• LET IT BOOK, 나랑 그림책 만들래~?	• 동네책축제			• 길 위의 인문학
마포중앙도서관	2020	• 슬기로운 사서생활	• 마포 온라인 책축제 "온동네01책"	• 마포 온라인 책축제	• 북트레일러		
성남시중원도서관	2020	• 랜선타고 도서관 체험 • 도서관 소개영상 • 스마트도서관 이용	• 여름방학 특강 • 문화가 있는 날: 만들기	• 상남여행 온라인 전시회	• 화제의 책 • 시민의 세계 북 큐레이션		
안양시도서관	2020		• 도서관 주간, 클래이 아트 • 시민과 함께하는 오디오북 만들기				
천안시도서관	2020	• 도서관 이용안내 • 도서관 리브로피아 앱 사용법(전자책)	• 책표지용 종이방 만들기	• 천안시 시민독서리레이			
군포시도서관	2020	• 도서관 이야기		• 테마전시도서 소개	• "이 책 어때요?" • 청소년 북 큐레이션		• 특별강연영상(노홍준비, 함께육아, 도시농업)
원주시도서관	2020	• 스마트도서관 도서 대출 방법				• 크로스 북 토크	• 열린통일 시민강좌 • 이담의 원주작가 강연
광주서구 공공도서관	2020		• 프로그램 진행 안내		• 나의 독서법 강연 • 도서 추천		• 독서의 달 강연 • 이플리다: 도서관모임 활성화

서관 카드발급부터 각종 소개 및 비대면 서비스 이용 가이드 영상을 제공하고 있다. 도서 추천은 주로 사서의 추천 도서나 북 큐레이션을 통해 제공하고 있었으며, 도서관만의 교육콘텐츠 및 제공 프로그램을 이용자들에게 안내하고 있다.

특색이 있었던 유튜브 서비스로는 '마포중앙도서관'의 경우에는 사서들이 자신의 독서 취향에 맞는 책을 소개하거나 개관 이래 대출 이력이 없는 아무도 봐주지 않았던 숨은 책 중 좋은 책을 선정해 그 가치를 전하기도 한다. 유튜브 채널을 활용한 온라인 강좌를 추진하기도 했는데, 예를 들어, '아산시립도서관'의 경우 '방에서 즐기는 책 읽기'라는 프로그램에서는 독서를 비롯해 9개 분야 36개 강좌이며, 사회적 거리두기를 지키면서도 유아부터 성인까지 집에서 즐길 수 있는 프로그램으로 구성되어 있다. '부평구립도서관'의 경우에는 '온라인 북 콘서트'를 열어 부평도서관에서 해마다 '한 도시 한 책 읽기'를 목표로 부평구의 대표 도서를 선정해 세대가 함께 읽고 소통하고 있다.

5.1.3 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스 비교

시기적으로 팟캐스트가 먼저 개발된 서비스임에도 불구하고 팟캐스트보다 유튜브를 멀티미디어 서비스에 활용하고 있는 도서관의 수가 상대적으로 많았다. 팟캐스트와 유튜브 서비스 모두 도서 추천, 저자(사서)와의 북 토크에 서비스를 활용하고 있었다. 팟캐스트는 주로 도서관 소식 행사 안내 정보 정도 제공했다면, 유튜브에서는 도서관 이용 방법, 도서 대출, 방법, 전자책 이용 방법, 도서관 홍보 등 도서관의 다양한 기능과 행사를 안내하는 데 적극 활용되었다.

특히 유튜브를 활용하여 도서관 체험, 문화 프로그램에 대한 다양한 동영상들이 제공되었는데, 비대면/언택트 시대에 간접적으로나마 이용자들이 도서관 프로그램에 참여할 수 있는 기회를 제공하였다. 팟캐스트에서는 영화와 도서를 연계하여 비교하는 채널들이 있었는데, 유튜브에서는 찾을 수 없었다. 아마도 영화의 경우, 동영상 장면 구성 등에 저작권법이 더욱 예민하게 적용되다 보니 유튜브에서는 적극 서비스를 제공하기 어려운 점이 있는 듯했다. 비록 상대적으로 적은 수의 도서관들이 팟캐스트와 유튜브 서비스를 제공하고 있긴 했지만, 도서관들은 소셜 미디어의 특성에 적합한 오디오, 영상 콘텐츠를 개발하여 서비스를 제공하고 있었다.

5.2 TAM2 이론을 적용한 사서들의 팟캐스트와 유튜브 서비스 인식 조사

5.2.1 연구 참여 사서들의 인구통계학적 특성

본 연구에 참여한 총 사서의 수는 181명으로 연구 참여자들의 인구통계학적 특성은 팟캐스트나 유튜브 도서관 서비스 제공 여부에 따른 성별, 나이, 최종 학력, 사서 자격증, 현재 근무 기관, 도서관 총 근무경력으로 구분하여 조사하였다(〈표 4〉 참고). 응답자 남녀의 비율은 여자가 높게 나타났으며, 나이는 30~39세가 가장 많았다. 최종 학력은 대부분 문헌정보학 학사와 함께 2급 정사서가 많았다. 근무 기관으로는 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하는 사서 중에서는 공공도서관이 55%로 가장 높았다. 서비스를 제공하지 않는 기관 사서들의 경우 대학도서관이 46.5%로 가장 높았다. 근무경력

〈표 4〉 서비스 제공 여부에 따른 인구통계학적 특성

구분		팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 하는 도서관		팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 하지 않는 도서관	
		빈도	%	빈도	%
성별	남자	22	27.5	30	29.7
	여자	58	72.5	71	70.3
	합계	80	100	101	100
나이	20~29세	18	22.5	17	16.8
	30~39세	37	46.3	39	38.6
	40~49세	14	17.5	22	21.8
	50세 이상	11	13.8	23	22.8
	합계	80	100	101	100
최종 학력	문헌정보학 학사	55	68.8	67	66.3
	문헌정보학 석사	11	13.8	17	16.8
	문헌정보학 박사	0	0	3	3.0
	타전공 학사	9	11.3	6	5.9
	타전공 석사	3	3.8	8	7.9
	타전공 박사	2	2.5	0	0
	합계	80	100	101	100
자격증	없음	5	6.3	3	3.0
	준사서	3	3.8	1	1.0
	2급 정사서	61	76.3	78	77.2
	1급 정사서	10	12.5	18	17.8
	기타	1	1.3	1	1.0
	합계	80	100	101	100
근무 기관	공공도서관	44	55.0	24	23.8
	대학도서관	30	37.5	47	46.5
	전문도서관	2	2.5	6	5.9
	학교도서관	3	3.8	20	19.8
	기타	1	1.3	4	4.0
	합계	80	100	101	100
근무경력	1년 미만	6	7.5	4	4.0
	1년 이상~5년 미만	25	31.3	28	27.7
	5년 이상~10년 미만	25	31.3	22	21.8
	10년 이상~20년 미만	14	1.5	29	28.7
	20년 이상~30년 미만	7	8.8	10	9.9
	30년 이상	3	3.8	8	7.9
	합계	80	100	101	100

은 서비스 제공 도서관 사서들은 1년 이상 5년 미만과 5년 이상~10년 미만이 31.3%로 동일하게 가장 높게 나타났고, 서비스 미제공 도서

관의 사서들은 10년 이상~20년 미만이 28.7%로 가장 높았다.

연구 참여자들의 인구통계학적 특성은 TAM2

모델의 외부 요인 중의 하나인 개인적 특성으로 성별, 나이, 학력, 자격증, 경력, 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공 여부 변인에 따라 통계적인 분석을 하였으나, 통계적으로 유의한 값을 도출하지 못했다. 따라서 TAM2 모델에서 개인적 특성은 사서들의 팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 의도나 제공 행위에 영향을 미친다고 보기 어려워, 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인을 외부 요인으로 하는 통계적 분석 결과만 본 논문에서 보고하고자 한다.

5.2.2 측정 도구의 요인 분석 및 신뢰도 분석

본 연구에서는 변수들의 판별 타당도를 검증하기 위해 주성분 요인 분석(Principal Component Analysis)을 이용하였고, 요인회전에는 요인들 간의 상호독립성을 검정하는데 유용한 직교 회전(Varimax)법을 이용하였다. 관련 변인에 대한 변수 간의 상관관계를 통한 표본적합도를 나타내는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 검증 및 Bartlett의 구형성 검증을 하였다. 또한 본 연구의 설문에서 측정된 설문 문항들의 척도 신뢰도를 파악하기 위하여 신뢰도 분석을 하였다. 본 연구에서는 요인별로 5점 척도 설문 문항을 설계하였다. 측정 도구의 신뢰도 측정을 위하여 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 사용하였다.

〈표 5〉는 외부 요인인 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인에 대한 27개 항목에 대한 요인 분석 결과는 KMO 표본적합도=.959, x^2 (근사 카이제곱) = 6047.995, df(자유도) = 351, $p = .000$ 으로 모든 변수의 타당성을 확인할 수 있었으며, 크론바흐 알파 값 모두 .9 이상으로 높은 신뢰도 값을 갖는 것으로 확인되었다(Nunally,

1978). 〈표 6〉은 연구 참여 사서들의 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 인지된 유용성, 인지된 용이성, 서비스 제공 의도에 대한 설문 15개의 항목으로 요인 분석 결과는 KMO 표본적합도=.951, x^2 (근사 카이제곱) = 3429.983, df(자유도) = 105, $p = .000$ 으로 모든 변수의 타당성을 확인할 수 있었으며, 크론바흐 알파 값 모두 .9 이상으로 높은 신뢰도 값을 갖는 것으로 확인되었다(Nunally, 1978).

〈표 5〉 외부 요인 신뢰도 분석①

요인	항목	Cronbach's Alpha
조직적 요인	교육지원	.952
	인력지원	.928
사회적 요인	사서 인식	.951
	직무 특성	.922
이용자 요인	이용자 인식	.967
	이용자 요구	.952

〈표 6〉 매개, 종속 요인 신뢰도 분석②

항목	Cronbach's Alpha
인지된 유용성	.964
인지된 용이성	.953
제공 의도	.947

5.2.3 변인 간의 상관관계

본 연구에서 적용하고 있는 요인들의 상관관계를 파악하기 위해 우선 피어슨(Pearson) 상관관계 분석을 통해 각 변인 간의 관련성 정도와 방향성을 살펴보았다. 본 연구에서 선정한 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인과 인지된 유용성, 인지된 용이성, 사서의 도서관 팟캐스트와 유튜브 제공 의도의 변인 간의 관련성 정도 및 방향을 알아보기 위해 각 변수 간 상관

관계를 분석하였다. 그 결과는 <표 7>과 같이 나타났다.

상관계수는 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인, 인지된 유용성, 용이성, 제공 의도까지 모두 서로 유의한 양(+)의 상관관계를 보이고 r 값도 상당히 높게 나타났는데 (r >.7) 이는 TAM2 모델의 요인들이 서로 관련성이 있으며 영향을 받고 있다는 것을 알 수 있었다.

5.2.4 외부 요인들과 인지된 유용성이 제공 의도에 미치는 매개효과 검증

조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인이 사서의 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공 의도에 영향을 미치는 데 있어, 인지된 유용성의 매개효과를 검증하기 위해 위계적 다중회귀분석 (Hierarchical Multiple Regression Analysis)을 실시한 결과는 <표 8>과 같다.

<표 7> 요인별 상관관계 분석

요인	조직적 요인	사회적 요인	이용자 요인	인지된 유용성	인지된 용이성	제공 의도
조직적 요인	1					
사회적 요인	.847**	1				
이용자 요인	.800**	.802**	1			
인지된 유용성	.852**	.871**	.839**	1		
인지된 용이성	.758**	.780**	.784**	.850**	1	
제공 의도	.784**	.762**	.713**	.800**	.719**	1

**P<.01, *P<.05

<표 8> 인지된 유용성의 매개효과 분석 결과

단계	종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
			B	표준오차	베타		
1	인지된 유용성	(상수)	-.386	.154		-2.502	.013
		조직적 요인	.297	.067	.276	4.411	.000**
		사회적 요인	.494	.078	.398	6.324	.000**
		이용자 요인	.329	.061	.298	5.352	.000**
R ² = .832, 수정된 R ² = .829, F = 292.590, p < .001							
2	제공 의도	(상수)	-.244	.225		-1.084	.280
		조직적 요인	.473	.098	.432	4.817	.000**
		사회적 요인	.356	.114	.283	3.131	.002**
		이용자 요인	.158	.089	.141	1.764	.079
R ² = .655, 수정된 R ² = .649, F = 111.989, p < .001							
3	제공 의도	(상수)	-.087	.220		-0.395	.693
		조직적 요인	.352	.100	.322	3.536	.001**
		사회적 요인	.156	.121	.124	1.285	.200
		이용자 요인	.025	.093	.022	.265	.792
		인지된 유용성	.405	.105	.399	3.844	.000**
R ² = .682, 수정된 R ² = .674, F = 94.225, p < .001							

**P<.01, *P<.05

분석 1단계에서는 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인이 모두 인지된 유용성에 정(+)적으로 유의한 관련성이 있는 것으로 나타났다. 즉, 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 이해 요인이 높을수록 인지된 유용성도 높아지는 것이다. 분석 2단계에서는 조직적 요인과 사회적 요인은 제공 의도에 정(+)적으로 유의한 영향이 있으나, 이용자 요인은 제공 의도에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 분석 3단계에서는 인지된 유용성은 제공 의도에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 조직적 요인과 사회적 요인이 제공 의도에 미치는 영향은 2단계에서보다 낮게 나타나 인지된 유용성은 매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 한편 3단계에서 조직적 요인은 제공 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 인지된 유용

성은 부분 매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

이러한 분석 결과는 사서의 조직적 요인과 인지된 유용성이 팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 의도에 직접적인 영향을 주고 있으며, 사회적 요인과 이용자 요인은 사서의 서비스 제공 의도에 직접적인 영향을 주는 것은 아니지만, 인지된 유용성을 통해 제공 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

5.2.5 외부 요인들과 인지된 용이성이 제공 의도에 미치는 매개효과 검증

조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인이 사서의 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공 의도에 영향을 미치는 데 있어, 인지된 용이성의 매개효과를 검증하기 위해 위계적 다중회귀 분석을 실시한 결과는 <표 9>와 같다.

<표 9> 인지된 용이성의 매개효과 분석 결과

단계	종속변수	독립변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
			B	표준오차			
1	인지된 용이성	(상수)	.043	.203		.214	.831
		조직적 요인	.190	.089	.183	2.138	.034**
		사회적 요인	.379	.103	.317	3.690	.000**
		이용자 요인	.407	.081	.384	5.043	.000**
R ² = .687, 수정된 R ² = .682, F = 129.544, p < .001							
2	제공 의도	(상수)	-.244	.225		-1.084	.280
		조직적 요인	.473	.098	.432	4.817	.000**
		사회적 요인	.356	.114	.283	3.131	.002**
		이용자 요인	.158	.089	.141	1.764	.079
R ² = .655, 수정된 R ² = .649, F = 111.989, p < .001							
3	제공 의도	(상수)	-.252	.222		-1.138	.257
		조직적 요인	.435	.098	.397	4.433	.000**
		사회적 요인	.280	.116	.222	2.404	.017**
		이용자 요인	.076	.094	.068	.803	.423
		인지된 용이성	.201	.082	.191	2.453	.015**
R ² = .666, 수정된 R ² = .659, F = 87.878, p < .001							

**P<.01, *P<.05

분석 결과 1단계에서는 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인은 모두 인지된 유용성에 정(+)적으로 유의한 관련성이 있는 것으로 나타났다. 즉, 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인이 높을수록 인지된 용이성이 높아지는 것이다. 2단계에서는 조직적 요인과 사회적 요인은 제공 의도에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 이용자 요인은 제공 의도에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 3단계에서는 인지된 용이성이 제공 의도에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 조직적 요인과 사회적 요인이 제공 의도에 미치는 영향은 2단계에서보다 낮게 나타나, 인지된 용이성은 매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 한편 3단계에서 조직적 요인과 사회적 요인은 제공 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타나, 인지된 용이성은 부분 매개 역할을 하는 것으로 나타났다.

이러한 분석 결과는 사서의 조직적 요인, 사회적 요인, 인지된 유용성이 팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 의도에 직접적인 영향을 주며, 이용자 요인은 사서의 서비스 제공 의도에 직접적인 영향을 주는 것은 아니지만, 인지된 유용성을 통해 영향을 미치는 것으로 나타났다.

5.2.6 팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 여부에

따른 인지된 유용성의 매개효과 검증

팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 여부에 따른 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인이 제공 의도에 영향을 미치는 데 있어, 인지된 유용성의 매개효과를 서비스를 제공하고 있는 기관의 사서들과 제공하지 않는 기관의 사서들로 나누

어 비교하였다. <표 10>의 서비스 제공 여부는 서비스를 제공하는 기관과 그렇지 않은 기관을 나타낸다.

도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하는 기관 사서들의 경우, 분석 1단계에서는 사회적 요인, 이용자 요인이 인지된 유용성에 정(+)적으로 유의한 관련성이 있는 것으로 나타났다. 즉, 사회적 요인, 이용자 요인이 높을수록 인지된 유용성이 높아지는 것이다. 반면 조직적 요인은 인지된 유용성에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 분석 2단계에서는 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인이 제공 의도에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 분석 3단계에서는 인지된 유용성만 제공 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 사회적 요인과 이용자 요인은 제공 의도에 직접적인 영향을 주지는 않지만 인지된 유용성을 통해 영향을 미치는 것으로 나타났다.

도서관 팟캐스트나 유튜브 제공하지 않는 기관 사서들의 경우, 분석 1과 2단계에서 유의한 값이 있지만 3단계에서의 인지된 유용성이 제공 의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 조직적, 사회적, 이용자 요인과 인지된 유용성은 제공 의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

5.2.7 팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 여부에

따른 인지된 용이성의 매개효과 검증

팟캐스트나 유튜브 서비스 제공 여부에 따른 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인이 제공 의도에 영향을 미치는 데 있어, 인지된 용이성의 매개효과를 서비스를 제공하고 있는 기관의

〈표 10〉 팟캐스트나 유튜브 제공 여부에 따른 인지된 유용성의 매개효과 분석 결과

단계	제공 여부	종속 변수	독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
				B	표준오차	베타		
1	예	인지된 유용성	(상수)	-449	.238		-1.886	.063
			조직적 요인	.144	.104	.130	1.392	.168
			사회적 요인	.423	.109	.331	3.869	.000**
			이용자 요인	.584	.100	.514	5.848	.000**
			R ² = .848, 수정된 R ² = .842, F = 141.680, p < .001					
2	예	제공 의도	(상수)	-402	.320		-1.256	.213
			조직적 요인	.304	.139	.273	2.183	.032**
			사회적 요인	.329	.147	.257	2.239	.028**
			이용자 요인	.427	.134	.376	3.178	.002**
			R ² = .726, 수정된 R ² = .716, F = 67.235, p < .001					
3	예	제공 의도	(상수)	-192	.309		-.620	.537
			조직적 요인	.236	.133	.213	1.777	.080
			사회적 요인	.131	.152	.102	.863	.391
			이용자 요인	.153	.153	.135	1.004	.319
			인지된 유용성	.469	.146	.468	3.220	.002**
R ² = .760, 수정된 R ² = .747, F = 59.234, p < .001								
1	아니오	인지된 유용성	(상수)	-.375	.194		-1.934	.056
			조직적 요인	.349	.086	.332	4.044	.000**
			사회적 요인	.601	.108	.491	5.573	.000**
			이용자 요인	.157	.074	.145	2.119	.037**
			R ² = .843, 수정된 R ² = .838, F = 173.861, p < .001					
2	아니오	제공 의도	(상수)	-.069	.314		-.219	.827
			조직적 요인	.560	.140	.521	4.010	.000**
			사회적 요인	.378	.175	.301	2.163	.033*
			이용자 요인	-.021	.120	-.019	-.180	.858
			R ² = .609, 수정된 R ² = .597, F = 50.288, p < .001					
3	아니오	제공 의도	(상수)	.032	.317		.102	.919
			조직적 요인	.466	.150	.434	3.115	.002**
			사회적 요인	.216	.199	.172	1.086	.280
			이용자 요인	-.064	.121	-.058	-.525	.601
			인지된 유용성	.269	.163	.263	1.651	.102
R ² = .619, 수정된 R ² = .604, F = 39.069, p < .001								

**P < .01, *P < .05

사서들과 제공하지 않는 기관의 사서들로 나누어 비교하였다. 〈표 11〉의 서비스 제공 여부는 서비스를 제공하는 기관과 그렇지 않은 기관을 나타낸다.

분석 결과 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하는 기관 사서들의 경우, 분석 1과 2단계에서 유의한 값이 있었지만 3단계에서 인지된 용이성이 제공 의도에 영향을 미치지 않는 것으로

〈표 11〉 팟캐스트나 유튜브 제공 여부에 따른 인지된 용이성의 매개효과 분석 결과

단계	제공 여부	종속 변수	독립 변수	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
				B	표준오차	베타		
1	예	인지된 용이성	(상수)	-.265	.305		-.869	.388
			조직적 요인	.292	.133	.270	2.200	.031
			사회적 요인	.371	.140	.299	2.653	.010
			이용자 요인	.381	.128	.345	2.974	.004**
			R ² = .737, 수정된 R ² = .726, F = 70.942, p < .001					
2	예	제공 의도	(상수)	-.402	.320		-1.256	.213
			조직적 요인	.304	.139	.273	2.183	.032
			사회적 요인	.329	.147	.257	2.239	.028
			이용자 요인	.427	.134	.376	3.178	.002**
			R ² = .726, 수정된 R ² = .716, F = 67.235, p < .001					
3	예	제공 의도	(상수)	-.374	.322		-1.159	.250
			조직적 요인	.273	.144	.245	1.895	.062
			사회적 요인	.289	.154	.226	1.880	.064
			이용자 요인	.386	.142	.340	2.716	.008**
			인지된 용이성	.108	.121	.104	.892	.375
R ² = .729, 수정된 R ² = .715, F = 50.489, p < .001								
1	아니오	인지된 용이성	(상수)	.255	.278		.916	.362
			조직적 요인	.093	.124	.093	0.748	.456
			사회적 요인	.429	.155	.368	2.774	.007**
			이용자 요인	.404	.106	.394	3.809	.000**
			R ² = .645, 수정된 R ² = .634, F = 58.661, p < .001					
2	아니오	제공 의도	(상수)	-.069	.314		-.219	.827
			조직적 요인	.560	.140	.521	4.010	.000**
			사회적 요인	.378	.175	.301	2.163	.033**
			이용자 요인	-.021	.120	-.019	-.180	.858
			R ² = .609, 수정된 R ² = .597, F = 50.288, p < .001					
3	아니오	제공 의도	(상수)	-.139	.307		-.454	.651
			조직적 요인	.534	.136	.497	3.915	.000**
			사회적 요인	.259	.177	.206	1.463	.147
			이용자 요인	-.133	.125	-.121	-1.068	.288
			인지된 용이성	.277	.112	.258	2.483	.015**
R ² = .632, 수정된 R ² = .617, F = 41.267, p < .001								

**P < .01, *P < .05

나타났다. 조직적, 사회적, 이용자 요인과 인지된 용이성은 제공 의도에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하지 않는 기관 사서들의 경우, 분석 1단계에

서 사회적 요인과 이용자 요인이 인지된 용이성에 정(+)적으로 유의하게 나타났다. 즉, 사회적 요인과 이용자 이해 요인이 높을수록 인지된 용이성이 높아지는 것이다. 반면 조직적 요인은 인

지된 용이성에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 분석 2단계에서는 조직적 요인과 사회적 요인은 제공 의도에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면 이용자 요인은 제공 의도에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 분석 3단계에서는 인지된 용이성이 제공 의도에 정(+)적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 사회적 요인과 이용자 요인이 제공 의도에 미치는 영향은 2단계에서보다 낮게 나타나, 인지된 용이성은 매개 역할을 하는 것으로 나타났다. 따라서 사회적 요인과 이용자 요인은 사서의 제공 의도에 직접적인 영향을 주지는 않지만 인지된 용이성을 통해 영향을 미치는 것으로 나타났다.

6. 논의

본 연구의 결과는 도서관에서 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하는 데 있어 사서들의 특성과 서비스에 대한 유용성, 용이성의 정도가 서비스 제공 의도에 영향을 미치고 있으며, 현재 서비스를 제공하고 있는 기관의 사서들과 제공하고 있지 않은 사서들 간의 인식에도 차이가 있음을 보여준다. 본 연구 결과에 대해서는 다음과 같은 논의가 있을 수 있다.

첫째, 본 연구에서는 사서의 특성 중에서 조직적 요인은 사서들이 인식하고 있는 팟캐스트와 유튜브 서비스의 유용성, 용이성을 매개하든 매개하지 않든 서비스 제공 의도에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 보여주었다. 이러한 분석 결과는 사서의 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공 의도 제고를 위해서는 조직적 요인에서 다루었던

도서관의 사서를 위한 서비스 관련 교육 지원, 인력 지원이 중요한 역할을 한다는 것을 의미한다. 신정아(1998)는 사서 업무에 유용하고 편리한 정보기술을 채택하고 도입해야 한다고 주장하고, 정보기술에 대한 교육훈련을 강조하였는데, 도서관 팟캐스트나 유튜브의 채택과 이에 대한 교육적 지원이 가져올 수 있는 도서관 서비스의 질적 향상과 변화에 대해 생각해 볼 필요가 있다. 사서를 위한 기술 교육과 인력 지원은 도서관의 다른 서비스 제공에서도 많이 강조되었었다. 임정현(2012)과 최연진(2013)은 소셜 네트워크 서비스 활성화 방안에서 담당자의 서비스에 대한 정확한 이해와 활용을 위해 교육 및 연수의 기회가 갖춰줘야 하고, 전담 인력 배치를 통해 양질의 서비스 제공하고 지속적인 운영과 신속한 대응을 할 수 있다고 논의했는데 본 연구 결과와 일맥상통한다. 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스 역시 도서관의 적극적인 지원이 미비하다면 사서들의 서비스 제공 의도에 긍정적인 영향을 미치기 어려울 것이다.

둘째, 도서관 사서들의 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 제공 의도를 높이기 위해서는 그들의 조직적, 사회적, 이용자 특성들과 그들을 매개시키는 인지된 유용성과 인지된 용이성의 역할이 중요했다. 사서들이 팟캐스트와 유튜브 서비스가 효율적이고 활용 가치가 있으며 쉽고 편리하다고 인지할수록 도서관 서비스 제공에 긍정적인 영향을 미치는 것이다. 이에 따라 사서들의 팟캐스트와 유튜브 서비스를 제공을 장려하기 위해서는 콘텐츠 구성이나 활용에 대한 적극적인 노력이 필요하다. 도서관 홈페이지와 연동 등을 통해 이용자들에게 서비스에 대한 인식의 제고가 필요하다. 서비스 지속적으로 제공할

수 있는 콘텐츠를 확보하고 이용자들의 호기심과 흥미를 불러일으킬 수 있는 정보의 제공이 필요하며, 전담 인력 수급을 통한 피드백과 지속적 관리가 요구된다(이호빈 외, 2013). 서비스를 전담하여 운영하는 관리하는 팀을 구성해서 도서관 서비스를 분석하고 계획하고, 도서관 현장에서 사서 개인이 할 수 없는 서비스 분석 및 평가 등이 조직적 차원에서 전면적으로 이루어질 필요가 있다(정윤, 2014). 이용자 참여를 위해 서비스 이용 이벤트를 정기적으로 실시하고, 교육을 통해 서비스에 대한 이해도를 높이고 필요성을 인식시켜주는 것도 고려해 볼 수 있다(최연진, 2013).

셋째, 팟캐스트나 유튜브를 제공하는 도서관과 그렇지 않은 도서관 사서들에 인식에는 인지된 유용성과 용이성 측면에서 차이를 보였다. 서비스를 제공하는 도서관 사서들의 경우에는 인지된 유용성에, 서비스를 제공하지 않는 도서관의 사서들의 경우에는 인지된 용이성이 긍정적인 영향을 미쳤다. 이는 서비스를 제공하는 도서관 사서들은 상대적으로 팟캐스트나 유튜브의 이용 방법에 익숙하고 기술적인 장점을 습득, 인지하고 있어 과연 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 서비스 제공에 어떻게 유용하게 작용할 수 있는지가 중요한 것으로 보인다. 반면, 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하지 않는 기관의 사서들은 팟캐스트나 유튜브 서비스 자체에 익숙해질 필요가 있으며, 기술적인 적응 이후에 도서관 서비스 적용의 유용성에 대해 생각해볼 수 있을 듯했다.

도서관에서 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하거나 제공하지 않는 사서들은 공통으로 사회적 요인, 이용자 요인이 인지된 유용성을 통

해 제공 의도에 긍정적인 영향을 미치고 있었는데, 팟캐스트와 유튜브 서비스에 대한 사서들의 인식, 이용자들의 인식이 서비스 제공에 공통적으로 중요한 요소가 될 수 있음을 보여준다. 특히 이용자 측면에서의 이용자 인식과 요구에 대한 파악을 통해 이용자 기반 콘텐츠를 제공이 필요한데, 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공에서도 적극적인 이용자와의 관계 맺기, 이용자의 관심을 끌기, 친근한 소통 공간으로서 이용자의 참여 유도과 다양한 이벤트 마련과 이용자 참여 형태의 콘텐츠 제작이 필요하다(임정현, 2012; 노지윤, 노영희, 2020)는 선행연구들 결과를 뒷받침한다고 볼 수 있다.

7. 결론

본 연구는 도서관에서 근무하는 사서의 팟캐스트와 유튜브 서비스의 개발과 제공에 대한 인식을 조사하는 것이다. 본 연구는 도서관 서비스 중에서도 특히 팟캐스트와 유튜브 서비스에 초점을 맞추어 사서들이 인식하는 조직적 요인, 사회적 요인, 이용자 요인, 인지된 유용성, 인지된 용이성, 그리고 제공 의도 간의 관련성을 실증적으로 분석한 연구 결과를 제시하고 있다는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

본 연구의 결과는 사서들의 서비스에 대한 실질적인 이해와 인식을 통해 많은 도서관이 팟캐스트와 유튜브 서비스의 제공 및 활용을 결정하는 데도 다양한 시사점과 방향을 제공하는 데 도움이 되기를 기대한다. 도서관이 새로운 기술을 도입한 서비스의 활용을 장려하기 위해서는 기관에서 사서들에게 인력과 교육의 지원이 가

장 필요하며, 서비스를 전달할 수 있는 전문사서의 양성이 요구될 것이다. 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스 제공 여부에 따른 사서들의 인식 차이는 크지 않으므로 서비스를 제공하는 기관과의 소통과 협력을 통해 미제공 기관 사서들의 제공에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대한다.

도서관에서 팟캐스트와 유튜브를 활용한 유용한 정보 제공의 노력이 이용자들에게 관심과 이용으로 이어질 수 있도록 해야 하며, 이를 위해 이용자 교육, 정기적인 점검, 피드백, 효과 분석을 통해 지속적인 개선도 함께 이루어져야 할 것이다. 이용자 반응과 요구를 파악해 추후 어떤 콘텐츠로 영상 서비스를 제공할 수 있을

지 파악할 수 있을 것이다.

한편, 본 연구의 설문지에 응답한 사람들의 표본 수가 적어 연구 결과의 일반화라는 측면에서 다소 우려가 존재할 수 있다고 판단된다. 이에 따라, 향후 연구에서는 더욱 많은 다수의 응답자의 표본을 확보함으로써 연구 결과의 일반화 가능성을 높이려는 노력이 필요하다고 판단된다. 또한 본 연구는 사서를 대상으로 주요 외부요인에서 사서가 인식하는 이용자 요구 등에 대해 조사하였다. 실질적인 이용자의 인식과 요구 파악을 위해 이용자 대상의 유튜브와 팟캐스트에 대한 기술수용 연구를 진행할 예정이다.

참 고 문 헌

- [1] 김성진 (2014). 대학도서관 모바일 서비스 이용 의도에 미치는 영향 요인 분석. 한국비블리아학회지, 25(1), 85-105.
- [2] 김희정 (2014). 소셜 미디어를 활용한 해외도서관 정보서비스 사례 연구. 디지털도서관, 74, 14-24.
- [3] 김휘출 (2012). SNS 도서관에 날개를 달다: SNS를 이용한 도서관 정보서비스. 경기도사이버도서관총서, 8. 수원: 경기도사이버도서관.
- [4] 노지윤, 노영희 (2020). 도서관 유튜브 (YouTube) 채널의 활성화 방안에 관한 연구. 정보관리학회지, 37(3), 1-24.
- [5] 박정아, 임지은, 황장선 (2018). 유튜브 브랜드 채널 콘텐츠의 커뮤니케이션 전략. 한국광고홍보학보, 20(2), 95-151.
- [6] 박태연, 오효정 (2020). 미디어 이슈를 통해 본 포스트 코로나 시대의 도서관 서비스 연구. 한국도서관·정보학회지, 51(3), 251-279.
- [7] 박희진, 김진묵, 차성중 (2021). 공공도서관 사서의 공동역량 평가에 관한 연구. 한국비블리아학회지, 32(1), 335-360.
- [8] 변희균, 조현양 (2014). 소셜 네트워크서비스의 업무적 활용에 대한 학교도서관 사서의 인식조사.

- 한국도서관·정보학회지, 45(1), 27-49.
- [9] 송정은, 장원호 (2013). 유튜브 (YouTube) 이용자들의 참여에 따른 한류의 확산: 홍콩의 10-20대 유튜브(YouTube) 이용자조사를 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 13(4), 155-169.
- [10] 신정아 (1998). 대학도서관에서의 정보기술 수용에 관한 연구. 석사학위논문, 연세대학교 대학원 문헌정보학과.
- [11] 오대영 (2017). 수용자의 인구사회적 특성, 이용동기, 성격이 유튜브의 장르 이용에 미치는 영향. 언론과학연구, 17(4), 122-162.
- [12] 오은혜 (2012). SNS의 수용결정에 영향을 미치는 SNS의 주요 특성에 관한 연구. 경영과 정보연구, 31(3), 47-73.
- [13] 윤희운 (2020). 통계로 보는 도서관 (5). 문화체육관광부.
- [14] 이미선 (2018). 팟캐스트를 활용한 지역 공공도서관 서비스에 관한연구: 울목도서관을 중심으로. 석사학위논문, 인천대학교 대학원 문헌정보학과.
- [15] 이은희, 이지연 (2011). 스마트폰을 통한 공공도서관 정보서비스의 이용자 인식에 관한 연구. 정보관리학회지, 28(3), 377-392.
- [16] 이정섭, 장시영 (2003). 기술수용모델의 확장과 사용자의 정보시스템 수용. 경영학연구, 32(5), 1415-1451.
- [17] 이효빈, 유동승, 장삼연, 김규환 (2013). [최우수상]대학도서관에서 소셜 네트워크 서비스(SNS) 도입의 효과성 연구. 한국도서관·정보학회 하계 학술발표회, 165-172.
- [18] 임정현 (2012). 대학도서관의 소셜 네트워크 서비스 운영 활성화 방안에 관한 연구. 석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 문헌정보학과.
- [19] 임현우, 배태웅 (2018. 8. 1). 포털 검색 대신 유튜브로... 궁금한 거 있으면 유튜브 터치. 한국경제신문, 출처: <https://www.hankyung.com/it/article/2018080117701>
- [20] 정옥경, 이미선 (2017). 팟캐스트를 활용한 국내공공도서관 서비스에 관한 연구. 한국비블리아학회지, 28(4), 247-268.
- [21] 정운 (2014). U-도서관 서비스에 대한 사서의 인식 연구: 공공도서관을 중심으로. 석사학위논문, 전남대학교 대학원 문헌정보학과.
- [22] 정종기 (2010). 웹 2.0 기반의 '팟캐스트' 정보통신기술을 이용한 미국의 도서관 서비스에 관한 연구. 한국도서관·정보학회지, 41(1), 99-120.
- [23] 조수연 (2018). 공공도서관의 홍보도구로서 소셜 네트워크 서비스의 역할에 관한 연구. 박사학위논문, 중앙대학교 대학원 문헌정보학과 정보봉사전공.
- [24] 조형주 (2013). 팟캐스팅(Podcasting)을 이용한 한국 문화 교육 연구. 석사학위논문, 경희대학교 교육대학원.
- [25] 최연진 (2013). 공공도서관의 소셜 네트워크 서비스 활성화 방안에 관한 연구. 석사학위논문, 이화

여자대학교 대학원 문헌정보학과.

- [26] 최향옥 (2020). 비대면 상황에서의 학교도서관 전자책 채택요인에 관한 연구: 확장된 기술수용모델을 중심으로. 석사학위논문, 서강대학교 언론대학원 미디어교육전공.
- [27] 최홍섭 (2020.4). 코로나19 팬데믹 이후의 경영 환경 변화 [인터뷰].
- [28] Abboudi, H., Mikhail, M., Ghazal-Aswad, M., Michael, M., & Pope, A. (2016). YouTubeTM as a source of patient information for ureteroscopy. *Journal of Clinical Urology*, 9(4), 248-251.
- [29] Adams, D., Nelson, R., & Todd, P. (1992). Perceived usefulness, ease of use and usage of information technology: a replication. *MIS Quarterly*, 16(2), 227-247.
- [30] Ajzen, I., Fishbein, M., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [31] Barnes, N. (2007). Using podcasts to promote Government documents collections. *Library Hi Tech*, 25(2), 220-230.
- [32] Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator - mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- [33] Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- [34] Bugeja, M. (2005). The medium is the moral. Retrieved July 26, 2006, from the World Wide Web: <http://www.insidehighered.com/views/2005/05/20/tech>.
- [35] Chua, A. Y. & Goh, D. H. (2010). A study of Web 2.0 applications in library websites. *Library & Information Science Research*, 32(3), 203-211.
- [36] Colburn, S. & Haines, L. (2012). Measuring libraries' use of YouTube as a promotional tool: an exploratory study and proposed best practices. *Journal of Web Librarianship*, 6(1), 5-31.
- [37] Constantinides, E. (2014). Foundations of social media marketing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 40-57.
- [38] Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- [39] Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- [40] Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1992). Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(14), 1111-1132.
- [41] Egea, J. M. O. & González, M. V. R. (2011). Explaining physicians' acceptance of EHCR systems: An extension of TAM with trust and risk factors. *Computers in Human Behavior*,

- 27(1), 319-332.
- [42] Kim, Y. H., Lee, D., Han, N. G., & Song, M. (2014). Exploring characteristics of video consuming behaviour in different social media using K-pop videos. *Journal of Information Science*, 40(6), 806-822.
- [43] Harun, N. H. & Endin, M. Z. (2014). Understanding e-book acceptance through Technology Acceptance Model (TAM model), In 2014 2nd International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT), 122-126.
- [44] Hurley, C., Chen, S., & Karim, J. (2005). YouTube. <http://www.youtube.com/>, Accessed 1 Sept 2013.
- [45] Igbaria, M. (1993). User Acceptance of Microcomputer Technology: An Empirical Test. *Omega*, 21(1), 73-90.
- [46] King, D. L. & Brown, S. W. (2009). Emerging trends, 2.0, and libraries. *The Serials Librarian*, 56(1-4), 32-43.
- [47] Lee, D. (2006). marketing 101: iPod, You-pod, We-pod: Podcasting and Marketing Library Services. *Library Leadership & Management*, 20(4), 206-208.
- [48] Little, G. (2011). The revolution will be streamed online: academic libraries and video. *The Journal of Academic Librarianship*, 37(1), 70 - 72.
- [49] Luo, L., Wang, Y., & Han, L. (2013). Marketing via social media: a case study. *Library Hi Tech*, 455-466.
- [50] Nunally, J. C. & Bernstein, I. H. (1978). *Psychometric theory*. McGrawHill, New York.
- [51] Parthasarathy, M. & Bhattacharjee, A. (1998). Understanding post-adoption behavior in the context of online services. *Information Systems Research*, 9(4), 362-379.
- [52] Shoham, M. D., Arora, A. B., & Al-Busaidi, A. (2013). Writing on the Wall: An Online Community of YouTube Patrons as Communication Network or Cyber-Graffiti?. In 2013 46th Hawaii International Conference on System Sciences, 3951-3960.
- [53] Venkatesh, V. & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- [54] Venkatesh, V., Davis, F., & Morris, M. G. (2007). Dead or alive? The development, trajectory and future of technology adoption research. *Journal of the Association for Information Systems*, 8(4), 267-286.
- [55] Waldron, J. (2013). YouTube, fanvids, forums, vlogs and blogs: Informal music learning in a convergent on-and offline music community. *International Journal of Music Education*, 31(1), 91-105.

- [56] Webb, P. L. (2007). YouTube and libraries: it could be a beautiful relationship. *College & Research Libraries News*, 68(6), 354-355.

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- [1] Kim, Sung-Jin (2014). Factors influencing the intention to use mobile services in academic libraries. *Journal of the Korean BIBLIA Society for Library and Information Science*, 25(1), 85-105.
- [2] Kim, Hee-Jeong (2014). Case Study of Overseas Library Information Services using Social Media. *Digital library*, 74, 14-24.
- [3] Kim, Hwi-Chul (2012). SNS, Put Wings on the Library: Library Information Service Using SNS. Gyeonggi-do: Gyeonggi-do Cyber Library.
- [4] Ro, Ji-Yoon & Noh, Young-Hee (2020). A study on methods for activating libraries' YouTube channel. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 37(3), 1-24.
- [5] Park, Jung-Yi, Lim, Ji-Eun, & Hwang, Jang-Sun (2018). Communication strategies of YouTube brand channel contents. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 20(2), 95-151.
- [6] Park, Tae-Yeon & Oh, Hyo-Jung (2020). A study on library service in the post-COVID era through issues on media. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 51(3), 251-279.
- [7] Park, Hee-Jin, Kim, Jin-Mook, & Cha, Sung-Jong (2021). A study on the evaluation of public librarian's core competency value. *Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 32(1), 355-360.
- [8] Byeon, Hoi-Kyun & Cho, Hyun-Yang (2014). A study on the school librarian's awareness of task process using social network services. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 45(1), 27-49.
- [9] Song, Jung-Eun & Jang, Won-Ho (2013). The spread of hallyu with the participation of YouTube users. *The Journal of the Korean Society of Contents*, 13(4), 155-169.
- [10] Shin, Jung-A (1998). A Study on Information Technology Acceptance in University Libraries. Master's thesis, The Graduate school of Library and Information Science, YonSei University.
- [11] Oh, Dae-Young (2017). Effects of demographic features, use motives and personality of audience on usage of YouTube. *Journal of Communication Science*, 17(4), 122-162.

- [12] Oh, Eun-Hae (2012). A study on main features of SNS affecting SNS user acceptance decision. *Management Information Systems Review*, 31(3), 47-73.
- [13] Yoon, Hee-Yoon (2020). *Libraries Statistics* (5). Ministry of Culture.
- [14] Lee, Mi-Sun (2018). *Study on Local Public Library Service Using Podcast: Focus on Yulmok Library*. Master's thesis, The Graduate school of Library Information Science, InCheon University.
- [15] Lee, Eun-Hee & Lee, Jee-Yeon (2011). A study on user perception of public library information service using smart phones. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 28(3), 377-392.
- [16] Lee, Jung-Seob & Jang, Si-Yeong (2003). Users' acceptance of information systems in extended technology acceptance model. *Korean Management Review*, 32(5), 1415-1451.
- [17] Lee, Hyo-Bin, Yoo, Dong-Seung, Jang, Sam-Yeon, & Kim, Gyu-Hwan (2013). A study on the effectiveness of social network service (SNS) introduction in university libraries. *Proceedings of the Conference of Korean Library and Information Science Society*, 165-172.
- [18] Lim, Jung-Hyun (2012). *A Study on the promoting of Social Network Services for Academic Libraries*. Master's thesis, The Graduate School of Library and Information Science, Ewha Womans University.
- [19] Lim, Hyun-Woo & Bae, Tae-Woong (2018. 8. 1). Instead of searching the portal, you can use YouTube. If you have any questions, touch YouTube. *Korean Economy*, p. 4.
<https://www.hankyung.com/it/article/2018080117701>
- [20] Chung, Ok-Kyung & Lee, Mi-Sun (2017). A study on the korean public library service using podcast. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 28(4), 247-268.
- [21] Jeong, Yun (2014). *A Study on the Perception of Librarian about U-Library Service: Focused on a Public Library*. Master's thesis, The Graduate School of Library and Information Science, Chonnam National University.
- [22] Jung, Jong-Kee (2010). A study on the library services by 'Podcast' information communication technology based on web 2.0 in U.S.A. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 41(1), 99-120.
- [23] Cho, Su-Yeon (2018). *A Study on the Role of Social Network Services as Public Relations Tools for Public Libraries*. Doctoral dissertation, Graduate School of Library Science and Information Services, ChungAng University.
- [24] Cho, Hyung-Joo (2013). *A Study on Using Podcasting as a Tool for Korean Culture Education*.

Master's thesis, The Graduate School of Education, KyungHee University.

- [25] Choi, Yeon-Jin (2013). A Study on Activating Social Network Services for Public Libraries in Korea. Master's thesis, The Graduate School of Library and Information Science, Ewha Womans University.
- [26] Choi, Hyang-Ok (2020). A Study on the Factors of Adoption of E-book to School Library in non-face-to-face situations: Focusing on the expanded technology acceptance model. Master's thesis, The Graduate school of Mass Communication and Media Education, SoGang University.
- [27] Choi, Hong-Seop (2020.4). Changes in the Business Environment After the COVID-19 Pandemic [Interview].

[부록 1] 도서관 팟캐스트와 유튜브 서비스 기술수용 요소 설문 문항

요인	항목	요인 변수
조직적 요인	교육 지원	나는 도서관에서 제공하는 팟캐스트나 유튜브 서비스에 대한 교육이 실질적으로 사서의 업무에 도움이 된다고 생각한다.
		나는 도서관에서 제공하는 사서를 위한 팟캐스트나 유튜브 서비스 교육이 효과적이라고 생각한다.
		나는 도서관에서 사서를 위한 팟캐스트나 유튜브 서비스 교육을 지속적으로 제공해야 한다고 생각한다.
	인력 지원	나는 도서관에서 사서를 위한 팟캐스트나 유튜브 서비스 교육과 훈련을 지원해야 한다고 생각한다.
		나는 도서관이 사서를 위한 팟캐스트나 유튜브 서비스 교육의 중요성을 인식하고 있어야 한다고 생각한다.
		나는 도서관이 팟캐스트나 유튜브 서비스에 대한 예산을 지원해야 한다고 생각한다.
사회적 요인	사서 인식	사서들은 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 필요하다고 생각한다.
		사서들은 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 업무에 기여하는 바가 있다고 생각한다.
		사서들은 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 관련 정보를 신속하게 전달할 수 있다고 생각한다.
		사서들은 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관을 홍보하는데 좋은 수단이라고 생각한다.
	직무 특성	사서들은 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하기 위해서 기술이 필요하다고 생각한다.
		사서들은 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하기 위해서 재능이 필요하다고 생각한다.
이용자 요인	이용자 인식	도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스가 필요하다고 생각한다.
		도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 이용에 도움을 준다고 생각한다.
		도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 프로그램을 잘 설명한다고 생각한다.
		도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 홍보에 도움이 된다고 생각한다.
	이용자 요구	도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스에 대한 요구가 있다.
		도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스를 통해 도서 추천 정보를 얻고 싶어 한다.
인지된 유용성	도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스를 통해 도서관 프로그램 정보를 알고 싶어 한다.	
	도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스를 통해 도서관 행사 정보를 알고 싶어 한다.	
	도서관의 이용자들은 팟캐스트나 유튜브 서비스를 통해 도서관을 방문할 의사가 있다.	
	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 유용하다고 생각한다.	
인지된 용이성	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 정보를 빠르게 전달할 수 있다고 생각한다.	
	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 콘텐츠를 알리는데 유용하다고 생각한다.	
	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관을 홍보하는데 유용하다고 생각한다.	
	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 이용이 쉽고 편리하다고 생각한다.	
제공 의도	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 이용자들이 정보에 쉽고 편리하게 접근할 수 있게 한다고 생각한다.	
	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 정보를 쉽게 검색할 수 있게 한다고 생각한다.	
	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 콘텐츠 정보를 쉽게 전달한다고 생각한다.	
	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스가 도서관 이용·활용방법을 쉽게 전달한다고 생각한다.	
제공 의도	나는 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하거나 제공할 의사가 있다.	
	나는 도서관에서 팟캐스트나 유튜브 서비스 제공을 위한 교육을 지원받을 의사가 있다.	
	나는 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하기 위해 개인적으로 공부할 의사가 있다.	
	나는 도서관의 팟캐스트나 유튜브 서비스와 관련이 있는 직무를 맡을 의사가 있다.	
제공 의도	나는 도서관 팟캐스트나 유튜브 서비스를 제공하기 위해 다양한 콘텐츠를 개발할 의사가 있다.	

